

多様化する木材ニーズに銘木と特注仕様集成材で応える

株式会社榊忠銘木店 奈良県吉野郡下市町

株式会社榊忠銘木店は、その名の通り、吉野の美しいヒノキ材や杉材などの銘木の取扱いから始まり、近年は、高い技術力に裏付けられた集成材部門の比率を高め、建築材の多様なニーズに対応する銘木・集成材の総合メーカーに発展した。

独自の販売ルート開拓にいち早く着手し、それまでの、価格が相場任せの、木材市を通じた販売から脱却するとともに、流通経路の効率化を図り、また、「人材」「営業」「設備」に対する先行投資により、顧客ニーズに密着した特注高付加価値製品への対応力を高めるなど、常に、時代の変化に応じたものづくりを追及してきた。

会社概要



会社名：株式会社榊忠銘木店
所在地：
（本社）奈良県吉野郡下市町丹生 227
（五條工場）奈良県五條市住川町 1303
テクノパーク・なら
五條工場電話：0747-26-3600（代）
同 F A X：0747-26-3605
設 立：昭和47年（創業昭和16年）
代表者：代表取締役 榊 忠蔵
資本金：3,000 万円
従業員：63 名
事 業：銘木・集成材の総合メーカー・卸販売
URL：<http://www.masuchu.co.jp/>



近代設備が導入された五條工場（上）と五條第二工場（下）

市場任せの価格からの脱却を目指して

株式会社榊忠銘木店は、昭和 16 年、ヒノキや杉の美林で知られる吉野林業地帯の一角である下市町丹生で創業し、木材市場を通じて、主として大阪方面に銘木を販売していた。

山深い林業地帯に立地する同社の転機は、昭和 42 年、大阪支店の開設に始まる。

その時々々の需要と供給に応じて競り落とされる木材市場での価格は不安定で、生産者自らのコスト計算による価格設定はできず、それは、経営の不安定さにもつながるものであった。

そこで、同社では、問屋や工務店に向けて直接販売ルートを開拓し、流通の効率化と同時に、独自のコスト計算と価格設定による安定経営を目指すことに挑戦した。

トップセールスで地域密着

昭和 40 年頃は、木材市場を通じた販売ルートが大勢を占め、直接販売といえば大手商社が中心であり、営業経験に乏しい同社にとって、競争の激しい都会への進出はリスクの高い事業であった。

そこで、社長自らが陣頭に立ち新規訪問を繰り返す、さらにはダイレクトメール等も活用して大阪を中心とした販売ルートの開拓に取り組んだ。

また、ニーズの多様化に応えるため、銘木の取扱いに加え集成材の卸・販売も開始している。

奈良県内や和歌山などでも、当時はまだ大阪へ買いに行く仲卸や工務店も多く、様々なニーズに応えてくれる卸やメーカーは少なかった。

そこで、同社は、需要家の多様な課題やニーズに直接的に応え、地域密着を広げる形で販売先を近畿各地に徐々に増やしていった。

その後、昭和 54 年に五條店開設、60 年には奈良店の開設と集成材の自社生産の開始、そして、

平成4年には、五條市内の工業団地「テクノパーク・なら」に、近代的設備を備えた五條工場（本社工場）を新築・稼働させた。

新工場では、「静電式塗装システム」の導入で、現場で行われていた塗装工程の「工場塗り」を可能とし、建築作業の効率化に貢献しており、また、最近では、上・下面、横面に装着された20種類の刃物を、数値コントロール（NC）する「対話型NC溝加工機」を導入し、ますます複雑化する顧客の特注に対応している。



静電式塗装システム



対話型NC溝加工機

人・技術・営業・設備で時代の変化に対応

相場任せの不安定な経営からの脱却は、地道な営業努力、さらには時代を見据えた、人、設備、技術と販路の革新に対する先行投資により初めて可能となったといえる。

流通経路の効率化と同時に、積極的な機械化を進めることによるコスト低減。相場に左右されない原価管理と価格管理。さらには、顧客の特注に応じ、高付加価値の望める製品作りを進め、その技術力の高さから各地の有名ホテルの内装材や、社寺の建築材料にも使用されている。

梶田社長は、「時代に応じたものづくり」を迫及し、そのため、「人材・営業・設備」において先行投資してきた。「流通の効率化」「きちんとした本物のものづくり」を事業の根本に置き、常に時代の先を読むことで「大手に負けない」と胸を張る。

人材の採用と登用を積極化し、技術力の向上に



複雑な特注仕様に木材加工から塗装まで応える

向けては、従業員に一步上の新しい技術の習得、また、上の者にはもう一段上の技術を習得することを奨励し、近年は、ITの能力アップに努めている。さらに、製造現場からの提案、また、営業からは顧客ニーズに基づいた提案を奨励し、全社的なニーズ対応力の向上を図っている。

デザイン・インと国産材の復権を目指して

外材の流入や家屋の洋式化等で銘木や和室向け集成材は徐々に落ち込みを見せており、梶田社長は「特に5年前くらいから、和室の減少と、それに伴う造作材の需要減少の流れを強く感じ取る」と言う。そのなか、将来を見据えて、デザインから市場開拓に入っていく構想を打ち出した。

つまり、建築設計士の開拓である。全国の設計士の数は数十万人に上り、奈良県内だけでも8千人程度は活動しているという。その中で2、3%でも木造建築を設計する人がいれば、同社が得意とする特注品の受注が見込めるとの読みである。

設計デザインの段階から建築工事発注者のニーズに直に触れ、同社の技術力で対応しようとするもので、市場ニーズに応えるマーケット・インから進化したデザイン・インへの挑戦である。

また、平成18年、同社五條工場の近接地に五條第二工場を開設し、特に低迷する国産材の取扱いを増強する方針を打ち出し、国産材の復権への挑戦にも意欲を燃やしている。（山城、島田）